

# 微三云李志英解析新消费商业模式“嗨购”全方位案例分析,嗨购生活是如何结合通证

产品名称	微三云李志英解析新消费商业模式“嗨购”全方位案例分析,嗨购生活是如何结合通证
公司名称	微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	松山湖园区瑞和路1号2栋304室
联系电话	183****0056

## 产品详情

在商品短缺时代，经济的增长是靠生产来完成的，如今，在商品过剩的时代，经济的增长已经不能只依靠生产来完成，而是要靠生产和消费的互动才能真正实现经济的全面增长。随着社交电商和分享经济的热潮，加上市场不断快速的演变升级出各种各样的商业模式，每天都有大量的平台起盘。

\*近有一种新的“消费返利与区/块链积分”结合的商业模式非常火爆，可以将积分通证化,数字化,通过上链技术紧密地联系在一起形成供应商、平台、创业者、消费者四位一体,多方共赢的命运共同体模式。很多人都对这个新模式非常好奇，今天本文老段将在软件开发行业五年的经验，说说近段时间爆火的嗨购生活模式是如何创联消费升级打造高活跃的商业生态圈！

“嗨购生活”模式就是能够打造一个一站式消费升级创业服务平台，平台以自营商品和商家商品让利为切入点，以满足用户无痛消费为核心、在消费中有利可享并得到\*\*的体验,可以带动用户的消费热情,甚至自主创造消费,从而释放出持续不断的新消费动力。

## 一、嗨购生活商业模式共会发行嗨值/嗨贝两种资产

消费者通过消费可以获得商家让利额10倍的嗨值收益，商家可以获得让利额2倍的购物值收益（同时商家会销毁让利额等值的嗨贝）。

公式举例：（个人嗨值/全网嗨值）× 每日全网空投嗨贝数量=个人获得嗨贝数量

假设今日全网10万的嗨值、个人消费了1000元、商家让利了10%、以每天空投498枚嗨贝

个人获得嗨值：1000元 × 10% × 10倍=1000嗨值

个人获得嗨贝：1000个人嗨值 ÷ 100000全网嗨值 × 498每日空投嗨贝=4.98嗨贝

商家获得嗨值计算：1000元\*10%\*2倍=200嗨值

## 二、嗨值是什么？嗨值如何获取？

1、嗨值相当于你的现金价值，是未来的变现总值，也可以说是对平台的贡献值，意味着未来可以获取价值的总额记录。

2、通过在平台消费商品获取，每件商品对应有赠送的嗨值数量； 通过分享消费获取； 通过在联盟商家消费获得打赏。

## 三、嗨贝是什么？嗨贝如何获取？嗨贝如何空投？

1、嗨贝可以变现和流通，用于联盟商家打赏，根据市场供需关系有增值属性。

2、个人嗨值积分占比平台嗨值积分总量，乘以当日空投嗨贝数量，即是个人每日获取的嗨贝数量。

3、嗨贝恒定量发行39万枚，首年每日限量空投498枚，次年起空投数量递减50%。通缩机制保证，应用生态护航！

#### 四、嗨贝的价值如何上涨？嗨贝怎么销毁？

1、因为嗨贝的每日释放数量为498枚，每年递减50%，随着会员量的不断激增，商家让利越来越多，应用嗨贝也会越来越多，消费人越来越多，持有人越来越多，共识越来越强，价格越来越高！

2、嗨贝的销毁通过用户在实体店消费，让利部分实体店运用必须嗨贝进行抵消，抵消部分的嗨贝直接进行销毁，形成销毁机制！

#### 五、用户拥有“嗨贝”有什么用？

1、抵扣消费：在线上商城线下实体商家，进行抵扣消费使用，抵扣消费的额度取决于当日“嗨贝”的购买力。

2、直接提现：可以直接出售给平台，也可以自己定一个价格挂出去售卖，如果出售给平台，平台会拿着托底金来购买，平台购买的价格取决于当日“嗨贝”的购买力。

3、坐等升值：如果觉得平台的潜力大，可以留在手中，等升值之后再决定是否拿去消费抵扣、转卖他人或者直接提现。

#### 六、商家拥有“嗨贝”有什么用？

商家拿着“嗨贝”就不会只是坐等平台给资源了，商家自己也会大力推广平台，因为商家自己清楚，平台越做越大，手上“嗨贝”的购买力也会越来越大，这样商家与平台之间的合作关系就会越来越牢固。

#### 模式优势：

一、商家越舍越得：商家让利出来越多，消费者消费就越多。

二、消费者越花越有：消费者越消费，获取的嗨值就越多，同时获得现金价值越多，正所谓越花越有。

三、嗨贝价格良性上涨：参与商家越多，总体让利总额越大，消耗海贝总量越大，需求嗨贝量越来越大，而每日空投体量不变，嗨贝供不应求，价格越来越高。

四、消费者变消费商：促进新消费，让消费者消费无忧，消费无痛，消费就等于收益，消费就等于赚钱，消费就等于创业。消费者变消费商。

五、促进实体经济发展：消费就送嗨值的商业模式促进实体经济发展，为实体企业去库存！实现了引流、锁客、复购的核心竞争力，形成强大优势！

真正意义上的消费增值应该是平台在保证商品品质的前提下，对整个供应环节的把控，让商品流通环节、生产环节的成本减少，加上消费流量在其他领域的流量变现的利润让利给消费者和平台商家，\*终实现平台、商家、消费者三方的利润空间，完成消费增值整个过程。